

"Rockin' the Screen":

Einflüsse des Films auf die Geschichte der Rockmusik

1. Blackboard Jungle: Die Initialzündung

Ohne Film wäre die Geschichte der Rockmusik zweifellos eine andere geworden, als die, die sich uns heute im Rückblick darstellt. Bereits die Geburtsstunde des Rock'n'Roll, die Premiere des amerikanischen Films *Saat der Gewalt (Blackboard Jungle)*, USA 1955), weist dem Zweckbündnis von jugendorientiertem Musikmarkt und Filmgeschäft den Weg. Die Titelmusik des Films, Bill Haleys *Rock around the Clock*, wurde durch den Film zum Hit und machte zugleich den Film zu einem Kassenschlager beim jugendlichen Publikum.

Blackboard Jungle ist ein gesellschaftskritischer Film, der am Beispiel des Idealistischen Lehrers Dadier (Glenn Ford) die Erziehungsschwierigkeiten verwahrloster Großstadtjugendlicher thematisiert. Symbol für den moralischen Niedergang der amerikanischen Jugend ist die Titelmusik. Der Film behandelt sein Thema durchaus realistisch und für amerikanische Verhältnisse recht sachlich, wenig spekulativ. Das Ende ist allerdings, wie könnte es anders sein, optimistisch. In der amerikanischen Öffentlichkeit wurde der Film dennoch heftig diskutiert und mußte massive Kritik einstecken (vgl. dazu Ehrenstein & Reed, 1982, S. 13f.). Schließlich wurde *Blackboard Jungle* als amerikanischer Beitrag für die Filmfestspiele in Venedig abgesetzt, obwohl MGM als letzten Rettungsversuch dem Filmvorspann eine Erklärung voranstellte, die gezeigten Vorgänge wären in keiner Weise typisch für die Zustände an amerikanischen Schulen: So sollte der Welt die amerikanische Jugend nicht präsentiert werden ...! Stattdessen wurde das rührselige *Interrupted Melody (Unterbrochene Melodie)*, eine Produktion derselben Firma mit demselben männlichen Hauptdarsteller, nach Venedig ins Rennen geschickt.

Mit filmischer Unterstützung gelang dem Rock'n'Roll ein furioser Auftakt. Allerdings sollte man sich vergegenwärtigen, welche Hypothek der Musik mit diesem Film auf den Weg gegeben wurde. Rock'n'Roll wurde durch den filmischen Kontext als Musik des moralischen Verfalls, der Jugenddelinquenz gebrandmarkt; nach der Funktion als Titelmusik, die die üblichen credits untermalt, wechselt die Funktion zu der von Inzidenzmusik bzw. source music: Die Schüler tanzen zu Bill Haleys Song. Aber statt dem Rock'n'Roll gleich in der Wiege den Todesstoß zu geben, katapultierten Film und Titelmusik sich gegenseitig in die höchsten Regionen der jugendlichen Publikumsgunst. Die amerikanische Jugend entdeckte den Film und machte zugleich *Rock around the Clock* zu dem ersten US-weiten Rock'n'Roll Hit, dem ersten nationalen Jugendhit in den USA überhaupt. Daß dabei in manchem Filmtheater das Mobiliar zu Bruch ging, bestärkte kritische Erwachsene in der Befürchtung, der Rock'n'Roll stelle wohl tatsächlich eine Gefährdung der Jugend dar.

Ein Hit, der aus einem Filmerfolg hervorgeht, das war nun wahrhaftig keine Neuheit; man denke nur stellvertretend an *As time goes by* aus *Casablanca* (USA 1942) oder an *True Love* aus *The Philadelphia Story* bzw. *High Society* (*Die Nacht vor der Hochzeit*, USA 1940, *Die oberen Zehntausend*, USA 1956). Bei *Blackboard Jungle* lohnt jedoch eine genauere Analyse der Umstände im Film- wie im Musikmarkt.

In den 50er Jahren rutschte die amerikanische Filmindustrie in eine erste große Krise (vgl. Maas 1993a). Der seit der Rezession der frühen 30er Jahre anhaltende Zustrom an Kinobesuchern sank von 1949 auf 1950 schlagartig um mehr als 25%, in den folgenden Jahren ging es noch weiter bergab. Grund für den Besucher-rückgang: Geändertes Freizeitverhalten und vor allem die Konkurrenz des Fernsehens hielten die Amerikaner von den Kinopalästen fern. In dieser kritischen Situation setzte Hollywood technisch auf neue, dem Fernsehen überlegene Verfahren wie Breitwandprojektion, auf Autokinos, aber auch auf das jugendliche Publikum. Ein richtiger Gedanke, denn diese Zielgruppe hatte das, was Hollywood in der Krise brauchte: Kaufkraft, Mobilität (um Kinos besuchen zu können) und keine Lust auf den familiären Abend vor dem Pantoffelkino. Das Angebot der "Mayor

companies", und diese bestimmten trotz des Entflechtungs-gesetzes von 1946 wesentlich den Filmmarkt, an die neue Generation von Kinogängern: jugendliche Stars - allen voran Marlon Brando in *The Wild one* (*Der Wilde*, USA 1954, Stanley Kramer/Columbia) und James Dean in *Rebel without a cause* (*Denn sie wissen nicht, was sie tun*, USA 1955, David Weisbart/Warner Bros.) - in Handlungen, die dem jugendlichen Lebensgefühl entsprangen. (Bezeichnend im übrigen, daß diese Filme von unabhängigen Produzenten hergestellt und von "Mayors" vertrieben wurden.)

Perfektes Kino für die jüngere Generation? Trotz beachtlicher Erfolge beider Filme nicht ganz: Die Filmgewaltigen hatten die Musik vergessen. Der Marlon Brando-Film bekam einen Jazz-Soundtrack, bei dem James Dean-Film steuerte der Schoenberg-Schüler Leonard Rosenman einen sinfonischen Soundtrack in bester Hollywood-Tradition bei. Mit *Blackboard Jungle* - einer Produktion des Mayors MGM mit dem etablierten Star Glenn Ford - wurde erstmals Rock'n'Roll als Filmmusik verwendet, wenngleich sich seine musikalische Präsenz auf den Filmtitel beschränkte; ansonsten sind Jazz-Titel von Stan Kenton und Bix Beiderbecke zu hören. Aber immerhin ein Anfang ...

Und wie sah es gleichzeitig im Musikmarkt aus? Etwas Neues zeichnete sich ab. Im Gegensatz zur Schlagermusik der Erwachsenen suchten die Jugendlichen ihre Musik im Jazz und in der als Race Music bezeichneten Rhythm and Blues Music. Man muß sich vergegenwärtigen, daß zu der Zeit eine weitgehende ethnische Trennung in der Musik bestand. Weiße und schwarze Musik wurden beispielsweise in unterschiedlichen Hitparaden geführt, und Radiosender für weiße Zuhörer mußten tunlichst vermeiden, schwarze Musik zu spielen. Andererseits durften schwarze Musiker recht unverblümt eindeutige Doppel-deutigkeiten in ihren Texten besingen, die weißen Sängern sogleich ein Gerichtsverfahren wegen Obszönität eingebracht hätten. Diese Situation führte zu einem Verschmelzungsbereich schwarzer und weißer Musik - Jugendliche Weiße fühlten sich von der Musik der Schwarzen angesprochen -, und das System der Musikindustrie brachte weiße Coverversionen auf den Markt, um den vermeintlichen ethnischen Makel dieser Musik, die der

Rundfunk-DJ Alan Freed als Rock'n'Roll bezeichnete, zu tilgen und ggf. die Texte sehr gründlich von Anstößigem zu säubern (s. u.a. Gillett 1979, S. 38ff.).

Anfang der 50er Jahre lag der Rock'n'Roll förmlich in der Luft. Er wurde von vielen Musikern im Lande gespielt in jeweils individueller Variante. Radiostationen, die abgesehen von den wenigen landesweiten Networks nur regional empfangen werden konnten, griffen die Musik auf, um ihre jugendlichen Hörer durch abendliche Spezialprogramme zu gewinnen, und kleine Plattenfirmen wie Sun Records in Memphis machten Umsätze, die durchaus hoffnungsvoll zu nennen waren. Was den brodelnden Musikszenen fehlte, war der Zugang zu den landesweiten Medien und Vertriebswegen. Über diese verfügten zwar die großen Medienkonzerne wie Columbia, Capitol, MGM, sie engagierten sich jedoch nicht für den Rock'n'Roll, da sie ihm keine langfristigen Überlebenschancen einräumten. Wie beispielsweise Charlie Gillett in "The Sound of the City" detailliert nachweist, blieb diese Musik ein Privileg der unabhängigen kleinen Labels, unbeschadet des damals spektakulären Verkaufs der Rechte des Rock'n'Roll-Stars Elvis Presley an den Branchenriesen RCA-Victor Ende 1955 (vgl. Gillett 1979, S. 394). Für die kleineren Plattenlabel des Rock'n'Roll kam der Film gerade recht. Die Filmindustrie verfügte trotz dem von der Krise heraufbeschworenen Kinosterben über ein flächendeckendes Netz von Spielstätten und operierte relativ unabhängig von Plattenfirmen und Radiostationen. Unbeabsichtigt, aber sehr wirkungsvoll konnte deshalb ein Film zum Hebel werden, der dem Rock'n'Roll mit einem Schlag die Tür zum landesweiten Erfolg öffnete.

2. Rock'n'Roll-Filme: Gemeinsam verkauft's sich besser

Durch den Erfolg beflügelt folgten zahllose Rock'n'Roll-Filme, die sowohl den Werbeinteressen der Plattenfirmen dienten als auch der Filmindustrie in ihrem aussichtslosen Kampf gegen den Konkurrenten Fernsehen die Jugend als neue Zielgruppe gewannen. Der Film half, die Identität des Rock'n'Roll als Jugendmusik zu unterstützen, beispielsweise mit *Rock around the clock* (*Außer Rand und Band*, USA 1956), *Highschool confidential* (*Mit siebzehn am Abgrund*, USA 1958) oder *The girl can't help it*

(*Schlagerpiraten*, USA 1956). Gerade an dem dritten dieser Filmbeispiele läßt sich exemplarisch zeigen, wie hier im Rahmen eines Unterhaltungsfilms aktuelle Musikstars promotet werden: In einer zentralen Sequenz des Films besucht der zukünftige Gesangstar wider Willen, Jerri Jordan (Jayne Mansfield), mit ihrem Agenten einige Lokale, in denen Rock'n'Roll-Bands auftreten. Und damit sich dem Publikum die Namen der gezeigten Bands auch gut einprägen, zeigt die Kamera bei jedem Ortswechsel (vor Betreten der neuen Lokalitäten) in "location shots" jeweils die Eingänge mit Werbetafeln der hier auftretenden Musiker. Die Filmhandlung wird außerdem so gebremst, daß alle Stars genügend Zeit für ihren Auftritt im Film erhalten. Das dabei besonders Sympathische des Films: Die unverblünte Selbstironie, die auch vor dem Musikgeschäft nicht halt macht, dem der Film eigentlich dient.

In den meisten Rock'n'Roll-Filmen scheint die Handlung jedoch weitgehend nebensächlich. Dies ist nicht weiter überraschend, war doch der Kinobesuch mit der Jugendclique das Ereignis, weniger der Film. Eine fesselnde Filmhandlung war hierfür nicht notwendig, wohl aber die passende Musik: Rock'n'Roll als Jugendmusik. "It was film that gave everybody a chance to congregate (to Rock'n'Roll). (...) and before the television had got us by the goolies, Sunday afternoon was when we used to sit round the big screen, telling jokes singing songs and spoiling the film" (Dury 1981, S. 10).

Weil Rock'n'Roll-Filme oft die einzige Quelle für die Musikfans darstellten, die die Idole mit ihren Musikern und ihrer Bühnenshow in Aktion zeigte, erhielten die Filme noch eine weitere Funktion für die Jugendlichen: Hier wurden die Attribute des Rock'n'Roll jenseits der Musik vermittelt. Mode von der Haartracht über die Kleidung bis zur Körpersprache wurde vom Film transportiert: "Und in dem Maße, wie Filme und Fernsehen als Kommunikationsmedien für Musik wichtiger wurden, gewannen diese Aspekte (Aussehen und Erscheinung) an Bedeutung" (Gillett 1979, S. 260). Dies gilt erst recht für das europäische Publikum, das den Rock'n'Roll auf diesem Weg quasi aus zweiter (sprich: filmischer) Hand erlebte. Wohl kaum hätten die europäischen Ausgaben der Rock'n'Roller sonst derartige Ähnlichkeiten mit ihren amerika-

nischen Idolen aufgewiesen, wie dies beispielsweise bei Johnny Halliday, Peter Kraus oder Ted Herold zu beobachten ist: "Die internationale Wirkung des Rock and Roll verdankte den Hollywood Filmen sehr viel" (Gillett 1979, S. 261).

3. Der Idealfall Elvis: Ich bin ein Amerikaner

Das Phänomen Elvis, die ideale Doppelvermarktung via Schallplatte und Leinwand, verdeutlicht das reibungslose Zusammenspiel beider unterhaltungswirtschaftlicher Branchen. Elvis bot sich hierfür geradezu an, da seine Faszination nicht nur auf seiner stimmlichen Ausdrucksstärke beruhte, sondern auch auf seiner körperlichen Präsenz. Die Doppelkarriere von Presley geht aber über die übliche Praxis hinaus, die Bekanntheit eines Musikstars für einen Jugendfilm zu nutzen und den Musiker als Publikumsmagnet einzusetzen - auch wenn dies vermutlich das entscheidende Motiv für Hollywood war, um Elvis für sich zu gewinnen.

Das Ungewöhnliche an der Kinokarriere von Presley besteht darin, daß er in den meisten Filmen nicht als Gesangsstar in die Handlung tritt. Wenn er im Film zur Gitarre greift, dann oft als Amateur, der der Frau seines Herzens oder seinen Freunden ein Ständchen bringt. Hierin scheint mir System zu liegen: Der frivolen Karriere eines Rock'n'Rollers mit aggressivem Sex-Appeal wird die "seriöse" amerikanische Karriere als Leinwandidol zur Seite gestellt. Filmruhm galt entgegen Rock'n'Roll in den USA als gesellschaftlich akzeptable Karriere auch für die Erwachsenengeneration, denn immerhin hatte es Hollywood seit Einführung des Starsystems verstanden, Stars in den Medien aufzubauen und derart Filmruhm zum attraktiven Exempel für den American dream zu stilisieren. Somit waren die Kinopartys von Presley in der Strategie seines Managers Colonel Parker möglicherweise mehr als bloß eine zweite Einnahmequelle. Sie dienten der Idealisierung von Elvis als "All-American-Boy": "The transformation of the Presley-image after his military service during the 60's was completed in his film roles" (Hodenfield, 1979, S. 54). Und in diesem Zusammenhang macht es dann durchaus Sinn, daß Elvis bereits vorher, gleich in seiner ersten Rolle in *Love me tender* (*Pulverdampf und heiße Lieder*, USA 1956) die uramerikanische Rolle schlechthin verkörpert: einen

Cowboy. In den 60er Jahren zog sich Elvis von der Bühne zurück. Seine erfolgreichen Filme wurden für ihn in dieser Phase doppelt wichtig: Sie sicherten seine Popularität; zugleich hielten sie ihm durch Soundtrack-Platten den Tonträgermarkt offen. Die Musik aus *Blue Hawaii* (*Blaues Hawaii*, USA 1961) wurde gar zum seinerzeit meistverkauften Elvis-Album überhaupt (Marcus 1992, S. 213). Die Schauspielerei begleitete also nicht die Musikerkarriere, sondern diese profitierte von den Filmerfolgen (s. Abb. 1, S. 33).

4. Die Beatles: Imagepflege made in England

Auch die Beatles mehrten ihr Kapital wie ihren Ruhm durch Filme, die durch glückliche Begleitumstände zu einer Neubelebung der Gattung Musikkomödie führten, wie sie vor allem in den 30er/40er Jahren florierte. Anders als bei Elvis Presley-Filmen blieben die Beatles in den Filmen die, die sie waren: The Beatles. So banal diese Feststellung wirkt, so grundlegend sind jedoch die wirtschaftlichen Potenzen, die dieser vermeintlichen Identität der Stars mit den im Film charakterisierten Protagonisten erwachsen. Die beiden Real-Spielfilme *A hard day's night* (*Yeah! Yeah! Yeah!*, GB 1964) und *Help!* (*Hi-Hi-Hilfe!*, GB 1965), aber auch der Zeichentrickfilm *Yellow Submarine* (GB 1968) täuschen dem Publikum vor, sie würden Einblicke in das wahre Leben der "Fab Four" eröffnen. Dies gilt vor allem für den ersten in Schwarzweiß gedrehten Film *A hard day's night*. Die Idee ist zwar keineswegs neu (z.B. trat der legendäre Geiger Jascha Heifetz als großherziger Geigenvirtuose Jascha Heifetz 1938 in dem Spielfilm *They shall have music/Musik fürs Leben* auf), für die Idealisierung von Stars ist das Verfahren aber nach wie vor kaum zu überbieten. So fand die systematisch verkaufsfördernde Stilisierung und Typisierung der vier Beatles auch in den Filmen ihren Niederschlag: George, der nette Kumpel, Ringo, der mitteleiderregende Typ mit der langen Nase, John, der luzide Spötter, Paul, der uneingebildete Schönling.

In der Phase der Beatlemanie paßten die Filmprodukte ideal in das Managementkonzept Brian Epsteins. Sie machten die Stars, die sich schließlich nur noch unter strengsten Sicherheitsvorkehrungen in die Öffentlichkeit wagen konnten, in intimen Filmszenen für die Fans scheinbar greifbar. Die Vermischung von

realistischer Filmhandlung in *A hard day's night* und idealisierten Protagonisten schufen in den Köpfen (und Herzen) der Fans Chimären. Die Filme festigten zweifellos das Image und den Erfolg der Beatles. Und wie stark auch ihre wirtschaftliche Bedeutung war, läßt sich u.a. der Tatsache entnehmen, daß der Soundtrack zu *A hard day's night* durch seinen Verkauf schon vor dem Start des Films die Produktionskosten des Streifens einspielte. Vielleicht nur eine Folge des Beatles-Fiebers, vielleicht aber auch ein Indiz dafür, wie groß die Erwartung, ja die Sehnsucht nach einem Beatlesfilm bei der Fangemeinde war.

5. Von Monterey, Woodstock, Altamont bis zu den 90ern: ein Überblick

Weitere markante Einflüsse des Films auf die Entwicklung der Rockmusik können hier nur knapp und mit groben Strichen skizziert werden:

- (1) Die großen Festivals von Monterey über Woodstock bis zum Disaster von Altamont hätten ohne die weltweit gezeigten Filmdokumentationen nicht zu Kristallisationskernen einer jugendkulturellen Bewegung werden können, die die westliche Welt umspannte. Im Rückblick stehen die filmisch konservierten Konzertereignisse als Symbole für die Utopie einer friedlichen Gesellschaft, deren "Kultus" sich wesentlich um die zeitgenössische Rockmusik gruppierte.
- (2) Der "dokumentaristische" Spielfilm *Nur Samstag nacht (Saturday Night Fever)*, 1977; zum Inhalt s. Maas 1988, S. 207) machte die Bee Gees zu musikalischen Leitfiguren der Disco-Welle (vgl. u.a. Hanson 1979, S. 102 ff.), die durch den Film entscheidend Popularität gewann: 18 Monate nach Beginn einer lokalen Disco-Bewegung in verschiedenen Metropolen der USA wurde durch den Film eine landesweite, auf weitere westliche Länder übergreifende "Epidemie" ausgelöst (s. Abb. 2, S. 34).
Zugleich setzte der Film Maßstäbe für die technische Ausstattung von Discos: "Da aber *Saturday Night Fever* die Tanzviren durch das ganze Land trägt, werden die weltstädtischen Klubs mit ihren raffinierten Dekorationen und Licht- und Tonspielen (auch in der Provinz) folgen" (Hanson 1979, S. 18f.).
Weil sich die Disco-Mode nicht nur musikstilistisch ausprägte, sondern nahezu alle Lebensbereiche des Diskothekenpublikums mit einbezog (vgl. Neißer 1981; Mezger 1980), konnte der Film mit seinen visuellen und narrativen Schichten das auditive Medium Schallplatte

wirkungsvoll ergänzen. Durch *Saturday Night Fever* wurde die Welt der Diskotheken vielen Zuschauern erstmalig eröffnet, zugleich aber auch standardisiert: "Indem der Discofilm gewissermaßen Modelle vorbildlichen Diskothekenverhaltens zeigt, setzt er nämlich weltweit Normen, an denen man nur schwer vorbeikommt. So ist die vielgepriesene Zwanglosigkeit, die angeblich ursprünglich in den Diskotheken herrschte, seit *Saturday Night Fever* merklich eingeschränkt" (Mezger 1980, S. 68).

Nach dem durchschlagenden Trendsetter *Saturday Night Fever* reihten sich zahllose weitere Filmproduktionen in die Modeströmung ein (s. Struck, 1985, S. 173). Dabei entäußerte sich der Film nicht nur seiner innovativen Funktion, er verlor auch schnell sein Publikum. In dem Maße, wie für alle Interessierten Hightech-Discos in erreichbarer Nähe lagen, bot das Kino nur noch einen schwachen Abglanz dieser real erlebbaren Kunstwelt Disco. Einen vergleichsweise bescheidenen Einfluß auf die Disco-Szene übte der Filmernfolg *Amadeus* (USA 1984) aus, der kurzzeitig den Amadeus-Look diskothekenfähig machte (vgl. Maas 1993b).

- (3) Wiederholt vermittelten einzelne Filme zwischen der alltäglichen Bilderwelt der Werbung, Rockmusik, Mode und Zeitgeistströmungen, wie dies exemplarisch für *Flashdance* (USA 1982) oder *Dirty dancing* (USA 1987) gilt. Einzelne Filme wurden so zu kurzlebigen Orientierungspunkten der internationalen Musikszene, beeinflussten Musikstile und die jeweilige Jugendkultur.

Videoclips haben mittlerweile die Bedeutung des Kinofilms für die Rockmusik massiv eingeschränkt. Wertlos ist der Film allerdings für die Musikindustrie noch nicht geworden. Plattenfirmen nutzen das Medium Film weiterhin für ihre Interessen im Rahmen umfassender Vermarktungsstrategien, zumal die weit vorangeschrittene Verflechtung der Medienkonzerne häufig Schallplattenverkauf, Video-, Kino- und Fernsehauswertung sowie Handel mit Unterhaltungselektronik unter einem Firmendach erlaubt (SONY, Bertelsmann, Philips ...). Konzentrierte Aktionen von Werbeagenturen und Plattenfirmen mit dem Einsatz "hitverdächtiger" Werbesongs oder Oldies (z.B. *Like the very first time* für Coca Cola oder *What a wonderful world* für Levi's Jeans) sowie Filmmusiken, die aus aktuellen Songs kompiliert und zeitgleich mit dem Filmstart als CD auf den Tonträgermarkt gebracht werden, sind zu Selbstverständlichkeiten geworden. In den 70er Jahren hatte hier Robert Stigwood durch seine Firma RSO mit der systematischen Doppelvermarktung im Film- und Schallplattensektor den Weg

gewiesen (vgl. Mezger 1980, S. 66ff.; Struck 1985, S. 167ff.). Unter diesem Gesichtspunkt ist es kein Zufall, daß der Handel mit Rechten ein riesiger neuer Markt geworden ist. Äußeres Merkmal dieses Handels sind die gehäuft auftretenden Wechsel einzelner Musiker, deren gesamter Back-Katalog zunächst aus den Plattengeschäften verschwindet, um nach einiger Zeit unter einem anderen Label wieder aufgelegt zu werden (z.B. Blood, Sweat & Tears). Spektakuläre Urheberrechtsveräußerungen waren vor allem der Kauf der Lennon/McCartney-Rechte durch Michael Jackson, sowie der Erwerb von CBS Records durch SONY Music, wodurch dem japanischen Konzern - en passant - zahllose Rechte zufielen. In diesem Sinne ist auch Franco Fabbri's Plädoyer für die wissenschaftliche Berücksichtigung von Urheberrechten in der Forschung zu bedenken (1991, S. 109-114).

Wie wichtig im Musikgeschäft mittlerweile die visuelle Vermarktbarkeit vor allem für Frauen geworden ist, verdeutlicht das Auftreten von Schauspielerinnen und Fotomodellen bei Plattenproduktionen (Sade, Samantha Fox ...). Es scheint leichter zu sein, eine farblose Stimme akustisch zu "schminken", als ein unauffälliges Gesicht fotogen zu gestalten. Zwar ist es nicht mehr der Film, sondern das Medium Video bzw. Fernsehen, das diese Tendenz in der Musikszene bewirkt. Es setzt jedoch die visuelle Beeinflussung der Musik fort, die in den 50er Jahren durch den Kinofilm eingeleitet wurde.



Abb. 1

Als Schauspieler bekleidete Elvis Presley Rollen, die in krassem Widerspruch zu seinem früheren Image als musikalischer Rebell standen (*Harum Scarum*, USA 1965). Aber auch in seiner Musik entwickelte sich Elvis unter der Führung seines Managers vom Bürgerschreck zum All-American-Boy (aus: Linda Sandahl, *Encyclopedia of rock music on film*, Poole 1987, S. 61)

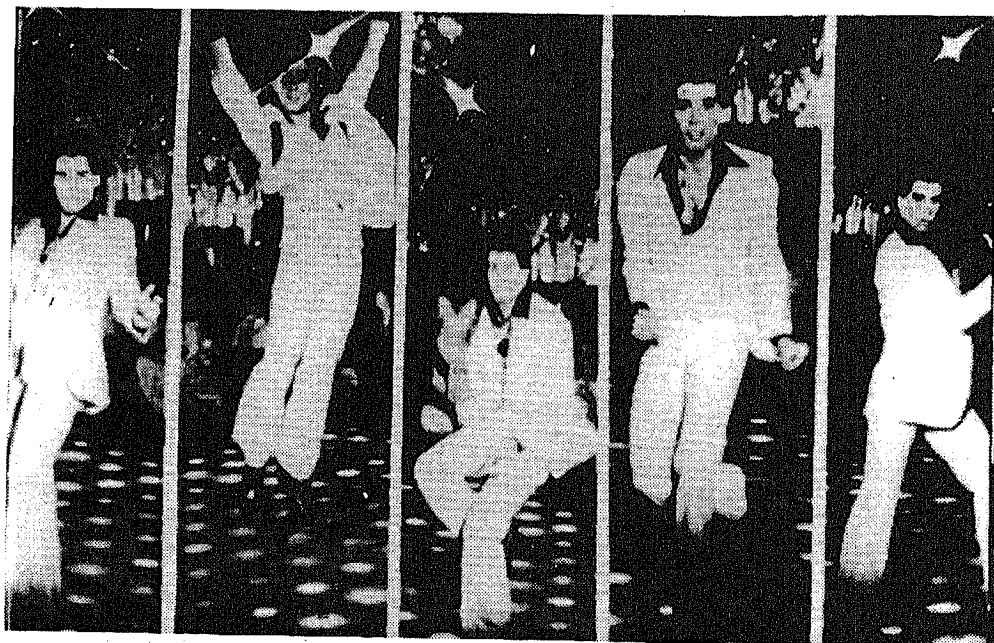


Abb. 2

Mit Tony Manero (John Travolta) entwarf *Saturday Night Fever* (Nur *Samstag nacht*, USA 1977) den Prototyp des Discogängers. Vom textilen Outfit bis zur narzißtischen Körpersprache wurden die Attribute durch den Film vorgegeben und weltweit kopiert (aus: Andy Blackford, *Discodancing tonight*, London 1979, S. 57).

Literaturhinweise

- Dury, Ian (1981): *The Fifties: Razors out at rock riot*.
In: *Cool cats - 25 years of rock'n'roll style*, hrsg. von Tony Stewart.
London: Eel Pie, S. 9-23.
- Ehrenstein, David & Reed, Bill (1982): *Rock on Film*. New York: Delilah.
- Ewen, David (1977): *All the years of American popular music*.
Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Fabbri, Franco (1991): *Copyright: the Dark Side of the Music Business*.
In: *Worldbeat 1* (1991), S. 109-114.
- Gillett, Charlie (1979): *The Sound of the City*. Frankfurt a.M.: 2001.
- Hanson, Kitty (1979): *Disco-Fieber*. München: Heyne.
- Hodenfield, Chris (1979): *Elvis in Hollywood*. In: Wallraf, Rainer & Plehn, Heinz: *Elvis Presley*. Dreieich: Melzer, S. 51ff. (engl. Ausgabe).
- Maas, Georg (1988): *Auswahlfilmographie*. In: Georg Maas & Wolfgang Schmidt-Brunner: *Pop/Rock im Musikunterricht*. Mainz: Schott, S. 191-226.
- Maas, Georg (1993a): *Rock und Film - Erscheinungsformen einer Symbiose*. In: Helmut Rösing (Hrsg.): *Spektakel/Happening/Performance. Rockmusik als "Gesamtkunstwerk"*. Parlando 3, Mainz: Villa Musica 1993, S. 81-100.
- Maas, Georg (1993b): *Formans Amadeus-Film und die Folgen*. In: *Internationaler musikwissenschaftlicher Kongreß zum Mozartjahr 1991 in Baden bei Wien*. Tutzing: Schneider.
- Marcus, Greil (1992): *Mystery Train: der Traum von Amerika in Liedern der Rockmusik*. Hamburg: Rogner & Bernhard bei Zweitausendeins.
- Mezger, Werner (1980): *Discokultur: die jugendliche Superszene*. Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Neißer, Horst F.; Mezger, Werner & Verdin, Günter (1981): *Jugend in Trance?* 2. Aufl., Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Struck, Jürgen (1985): *Rock around the Cinema*. 2. Aufl., Reinbek: Rowohlt.